

2024 日本書業考察報告

出版業的挑戰與機會

簡珽綸

隨著網路的興起，全球包括日本出版業在內都正在經歷著出版社的數量減少以及市場規模縮小的趨勢。根據日本書籍出版協會的資料，出版業的市場規模（包括印刷和數位）自 2015 年以來一直在下降的趨勢。

感謝得到藍真持恆基金贊助，令本人可以到東京考察書業。

2024 年 11 月 26 — 30 日期間的考察

I. 2024 東京藝術書展

2024 年展會日期：2024 年 11 月 28 日至 12 月 1 日

展會開放時間：09:00 — 18:00

TABF 始於 2009 年，是日本第一個專以藝術出版的書展，已逐漸發展成出版獨特藝術書籍、畫冊、藝術家書籍、雜誌等的藝術家和出版商聚集的書展。除了書展外，現場更舉辦了坂本龍一特展，以及講座、工作坊、簽名會和現場表演等活動。到方是書展首日，人潮踴躍，書籍及文創產品極具特色；同時，因為是藝術書展，到訪的讀者和一般讀者有別，東京亦是時裝之都，不同年紀的訪客飾心打扮，有型格地逛書展，實在令人眼前一亮。

展會正門前的廣場有輛流動書店卡車，數個書架散落，當眼處擺放了多本圍繞出版、書業的選書。現場將舉辦豐富的周邊活動，包括講座、工作坊、簽名會和現場表演，還有探索藝術書籍未來可能性的「鄰居」社區計畫。

2024 年東京藝術書展匯聚了約 300 家來自全球的出版商、畫廊和藝術家，全面

展示當代藝術出版的多元風貌。作為亞洲最大的藝術書展，TABF 不僅是出版人交流的平台，亦是藝術愛好者一年一度的盛會。

無論是專業出版人還是藝術愛好者，都能在東京藝術書展找到靈感與共鳴，一同探索藝術書籍的無限可能。

2024 東京藝術書展三個亮點

亮點 1 由德國擔任主賓國

今年的「Guest Country」單元特別邀請德國作為主賓國，重點展示其當代藝術出版的獨立出版的最新風貌。

亮點 2 特別企劃 坂本龍一特展

展會特別設立「坂本圖書館分館」，這是首次在外部展出的特別企劃，旨在重現已故音樂大師坂本龍一的私人閱讀空間。展區不僅展示坂本生前珍藏的書籍和使用過的家具，還規劃了限定商品的販售，讓觀眾能夠近距離感受這位跨界藝術家的美學世界。

亮點 3 多個品牌也加入

展會內匯聚了多個品牌的特別企劃 - New Balance 品牌推出的最新一期免費雜誌和 BEAMS CULTUART 的特別展位。現場將舉辦豐富的周邊活動，包括講座、工作坊、簽名會和現場表演，還有探索藝術書籍未來可能性的「鄰居」社區計畫。

除日本東京藝術書展、11 月 26 日至 30 日期間亦考察考察當地優秀書店、藝文空間，並拜訪日本同業，交流圖書出版、書店運營、IP 打造等經驗。

II. 書店

全球不少城市正在面臨的「書店消失的危機」，熱愛紙本、書籍的書迷們，營運者都在找適合的應對方式；然而，書店轉型的商業模式應該是什麼？今次，本人分別到東京大型連鎖書店、個體書店、新型態書店考察，期望尋找一些可以參考的案例。

一、到訪代官山蔦屋書店

書店由三座建築物連貫構成，裝潢頗有格調。店內設有付費共享空間，提供不少座位及有輕食及酒精類飲品，付費共享空間亦與品牌聯乘，跨界宣傳商品。

書店內亦有 Starbucks, Lawson，亦設有餐廳，提供餐點、餐點和飲品（雞尾酒）等。書店中也有不少特色主題陳列，日本地區產物展，值得設計及策展參考。

而從陳列的商品中，了解日本出版業透過出版 / IP，讓小朋友 / 讀者認識國寶級運動或知名人物 / 卡通人物傳播文化，亦同時有圖書講及不同職業、自然生態（博物館展覽）等。

二、到訪神保町古書街

神保町古書街，參觀書店包括：矢口書店、呂古書房、PASSAGE by ALL REVIEWS、南洋堂書店等，各書店都有自己強烈的特色和定位，令我大開眼界。其中，PASSAGE by ALL REVIEWS 自 2022 年創立，主理人為法國文學評論家鹿島茂，店面以法國拱廊商街「PASSAGE」為概念設計，店裡每一個書架區都以法國真實存在的街道來命名，而每個書架都隸屬於不同的「租借者」，可以在此自由擺放自己喜愛、推薦的書籍，屬於新型態的「共享書店」模式。書店街內亦有書店有專題介紹香港出版，但內容也多是李小龍、九龍城寨、舊香港；新近的雖然有 Mirror 電影宣傳，但相信是經理人公司安排，香港整體上需要重新將文化輸出，否則外國人眼中的香港將只會是舊香港。

三、到訪書店 Bunkitsu 文喫

Bunkitsu 文喫書店位於六本木，於 2018 年 12 月開業，採用入場收費制，顧客付費拿到入場胸章後，即可選擇適合自己的空間讀個飽。

書店有 5 個不同需求的空間：「展覽室」定期舉辦企劃展；「選書室」陳列包含人文、自然、藝術和設計等書籍及雜誌選書；「閱覽室」提供 12 個座位供讀者安靜閱讀；「討論研究室」提供可以對話、討論的空間；「喫茶室」則提供咖啡、茶、輕食與點心等。參觀當日有不少年輕讀者入座，可見收費書店也成為圖書館、咖啡店以外的好選擇。

III. 出版機構拜訪

日本是亞洲區其中一個主要出版大國，每年出版約 7 萬種新書。拜訪知名書籍通路經銷商、出版商，業務上如何面對「書店消失的危機」，以及如何將商品及社區連繫。根據資料，日本每年出版約 7 萬種新書。自 2015 年以來，圖書銷售一直在下降的趨勢，已定性屬不可逆轉。

一、拜訪日本知名書籍通路經銷商東販

東販每日經手的圖書達 500 萬冊，是連接日本各地的書店與出版社的出版流通領軍企業。

面對日本國內市場逐漸萎縮的問題，東販憑其龐大物流網絡及與出版界合作，近年在日本國內已無法開設書店的人口相對少的市鎮或社區，以「HONYAL（ホンヤル）」安排圖書於非書店書籍銷售安排。

同時，多樣化亦是該集團的路向，在文化相關的領域展開不同合作，東販擁有文具製造商、動漫人物雜貨製造商、書店等，不斷建立更多元的業務範疇。

二、拜訪日本知名出版機構學研

學研前身是以教育出版品為中心的出版社，現時核心業務分為教育及醫療，教育業務中又包括圖書出版。日本人善於發掘 IP 的後續價值，例如學研策劃其 IP「學研的圖鑑 LIVE」與其他品牌及產品進行聯乘，包括：與 NOL 推出恐龍浴球、與森永推出小魚餅乾、與 Kabaya 推出軟糖等，並與商場合作，利用 IP 開設付費主題室內遊兒童樂場。

三、拜訪日本知名出版機構角川並參觀所澤 SAKURA TOWN

角川自 1945 年由出版社慢慢發展為橫跨出版、影視、動畫、電玩手遊以及網路原生（User Generated Content）等豐富且多樣化內容 IP 為核心的娛樂出版集團。

據了解，所澤 SAKURA TOWN 位處前污水處理設施的地，是角川與日本所澤市共同合作打造複合式設施，包括有角川武藏野博物館、JAPAN PAVILION 多功能

活動展演廳、達文西書店；同一時間 SAKURA TOWN 亦設有中學。

所澤 SAKURA TOWN 雖然位置偏遠，並非容易到塔，但集合了博物館、美術館、圖書館、展演場館、商場、餐廳、中學等於一身，亦有角川的共享辦公空間及物流中心，宏大的設施、先進的科技、獨特的設計，確實是一個業務及服務社區的示範。

小結

圖書出版正受到電子世界中的多元娛樂及資訊競爭；但同一時間圖書亦需要利用電子世界宣傳新書及出版相關的訊息。作為業內其中一份子，考察後想到的關鍵詞有守住本業、尋找聯乘、多元發展、跨界經營、接觸客群、服務社區。

期待藍真持恆基金及香港書版學會能繼續贊助香港出版業界人員到不同國家或地區考察，開闊視野；當然，考察亦需要相關人員所屬公司的配合。

再次感謝得到藍真持恆基金贊助，令我可以到東京考察書業開闊眼界。

《完》

補充及參考資訊：

東京都現代美術館 MOT 簡介

1995 年 3 月開館東京都現代美術館是為了振興現代美術、充實藝術文化基礎，運用約 5,500 件館藏作品，以呈現現代美術發展過程的常設展以及以大規模國際展為首的充滿特色企劃展等，舉辦繪畫、雕刻、時尚、建築、設計等各種現代美術不同領域的相關展覽。

日本書籍通路經銷商東販公司新服務「HONYAL（ホンヤル）」

資料來源：日經新聞

日本書籍通路經銷商東販公司於宣布，啟動支援小規模書店開業的新服務「HONYAL（ホンヤル）」。該服務旨在降低創業門檻，透過取消交易所需的保證金並減少物流成本，吸引更多個人與企業投入書店經營，期望能夠改善日本全國書店數量持續減少的困境。

「HONYAL」專屬網站已於 17 日公開，並開始受理開業諮詢。此計劃主要針對每月交易額在 30 萬至 100 萬日圓之間的小規模書店。服務設想包含經營非傳統型態的書店，如兼營書籍與雜誌之外商品的店鋪、住宅一角的書店，或僅在夜間和週末營業的彈性經營模式。除了個人創業者外，企業和地方政府也被視為潛在客戶。

相比以往每日配送商品的傳統模式，「HONYAL」改為原則上每週配送一次訂購商品，並將書店的退貨率控制在 15% 以內，以減少配送成本。傳統書店的退貨率平均約為 35%，加上配送費用負擔，使物流問題成為業界挑戰之一。

新服務也取消了以往開業時需提供的兩名連帶保證人及相當於兩個月交易額的保證金。同時，創業者可分期付款購買開業初期的庫存，且無需支付利息。這些措施將使專注特定領域的小規模書店更容易啟動，促進「獨立書店」的發展。根據統計，目前全日本已有 341 家類似書店，主要集中於都市地區，而地方市場仍具有開拓潛力。過去 10 年間，日本全國書店數量減少了約三成，且有四分之一的地方縣市已經沒有書店。